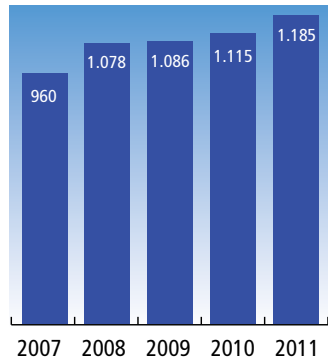
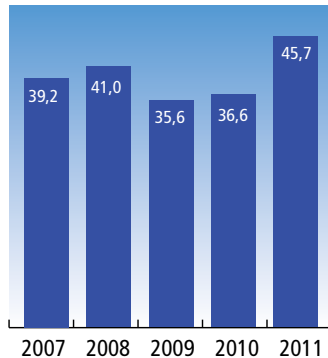


Halfjaarcijfers (€mln) en wpa (€) Sligro

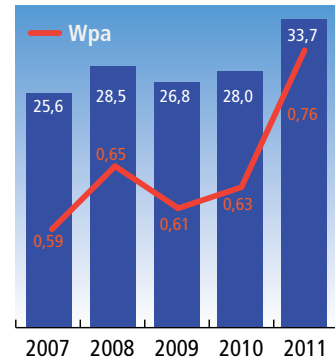
Omzet



Bedrijfsresultaat



Nettoresultaat



foodretail hebben we afgelopen jaar met de overname van Sanders de eerste acquisitiestapjes na de Edah-deal gezet. Maar ook met de 'like for like'-winkels doen we het in de eerste helft van dit jaar beduidend beter dan de markt. Als je die trend vasthoudt, win je marktaandeel."

Wilt u liever in supermarkten groeien of in foodservice?

"We willen in allebei graag groeien. In foodretail kun je groei gebruiken om meer dominantie te krijgen, dominantie die we in foodservice al hebben, met een marktaandeel van zo'n 18 procent. In foodservice groeien betekent dat het makkelijker is een overname in die sterke formule onder te brengen. Het is absoluut niet zo dat ik een voorkeur heb voor groei in supermarkten of groei in foodservice. Onze winstgevendheid in foodservice is beduidend hoger dan in de supermarkten. Aan de andere kant kan groei in supermarkten helpen om de marges naar een beter niveau te brengen, daar helpt schaalgrootheid absoluut bij."

Is een omzet- en winstgroei van 10 procent per jaar nog wel haalbaar?

"Ja, gemiddeld. Ik zeg niet: dit jaar of volgend jaar, want het blijft een gemiddelde. Maar in een breder tijdspad kunnen we die omzet- en winstgroei realiseren. Daar heb je acquisities voor nodig, we hebben het afgelopen jaar Sanders gekocht met 100 miljoen omzet. Nu kun je dan aan de bak met het laten groeien van die tent en het personeel en de klanten de formule eigen laten maken. Dat doe je niet in een half jaar, daar heb je een paar jaar voor nodig. En dan komen

daar vervolgens je omzet en rendement uit. En dan ben je weer toe aan de volgende."

Het ombouwen van die winkels is klaar, nu kunt u oogsten?

"We hebben gezaaid, nu moeten we gaan wieden en zo, we hebben nog een heleboel dingen te doen. We hebben een beleid van onmiddellijk aanpakken en integreren. Je hebt ook bedrijven die een portefeuille van bedrijven managen, ik heb daar geen kritiek op, maar dat is niet onze keuze. Wij kiezen altijd voor acquireren, integreren, optimaliseren. Bij grote overnames duurt dat enkele jaren. Maar je kunt gaande dat traject natuurlijk best een nieuwe overname oppakken."

U bent nu klaar voor nieuwe overnames?

"Ja, dat is zo. Los van de Sanders-winkels hebben we ook de ombouwoperatie van Golf en Emté gedaan, dat is begin volgend jaar volledig klaar en dan hebben we honderddertig supermarkten onder de Emté-vlag, honderd in filiaalvorm, dertig in franchisevorm. Vergelijk je het met tweeënhalve jaar geleden, dan is er ongelooflijk veel gebeurd. Maar nu hebben we de handen vrij om het volgende klusje aan te pakken."

Waarom wilt u niet in de Randstad zitten?

"Wij focussen met de supermarkten op de gebieden buiten de Randstad. Met foodservice zitten wij volop in de Randstad. In supermarkten zijn we klein met 3 procent marktaandeel en dan moet je voor lokaal marktleiderschap gaan. In Brabant hebben we meer dan 10 procent marktaandeel, in Zeeland ook, daar zitten we in de top-3. Als je onze supermarkten over het land verspreidt, heb je geen dominantie in die markt, nu wel. In die olievlektheorie zit Zeeland goed, zit Brabant goed, gaan we via Gelderland naar Twente, en dan kun je nog een keer naar boven. Als er een mooie kans in de Randstad komt, zegt hier niemand: wij willen de Randstad niet. Maar ik kies als eerste focus, dus voor de schil om de Randstad."

Is in de Randstad de prijsconcurrentie te groot?

"Nee. De Randstad is vooral heel blauw, daar zit Albert Heijn. Prijstechnisch zit alles heel dicht bij elkaar. Een formule als Deen is in Noord-Holland bijvoorbeeld een kleine speler op het grote blauwe veld, maar toch

